

## **ANALISIS MEDIA SOSIAL 'PATH' SEBAGAI MEDIA INFORMASI DI KALANGAN KLUB BASKET TOTAL E&P INDONESIA BALIKPAPAN**

**Yossie Aer<sup>1</sup>**

### ***Abstrak***

*Analisa penelitian ini menggunakan Teknik analisa data kualitatif, artinya dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang sifatnya menyeluruh tentang apa saja yang tercakup dalam permasalahan yang ditemukan dilapangan pada waktu pengambilan data. Menurut Miles dan Huberman, analisa data terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan.*

*Dari hasil penelitian yang didapatkan menunjukkan bahwa perilaku komunikasi yang ditimbulkan dalam penggunaan media sosial Path ini beragam, hal ini dapat dilihat dengan kehadiran Path, dapat memberikan mafaat dan membantu informan dalam mendapatkan informasi mengenai jejaring sosial dalam pertemanan serta transparansi kehidupan mereka ditengah-tengah para pengguna media sosial Path lainnya.. Perkembangan teknologi internet dan perubahan budaya menjadikan media sosial menjadi suatu kebutuhan pokok masyarakat untuk berkomunikasi, terutama masyarakat modern masa kini.*

*Terbukti hanya dalam beberapa tahun Twitter dan Facebook telah menjadi media sosial paling populer. Dan kini datang dari media sosial baru yang sedang tren dan populer di masyarakat yaitu media sosial Path. Dari hasil wawancara dengan para informan, teman-teman mereka di Path pun hampir seluruhnya adalah teman-teman dekat mereka dan teman-teman yang mereka kenal, para informan lebih suka berinteraksi di Path, dari pada tatap muka, karena menurut mereka mengobrol di Path lebih menyenangkan dan efektif dari pada mengobrol langsung, dapat dikatakan bahwa para pengguna media sosial Path melakukan komunikasi hiperpersonal yaitu komunikasi dengan perantara komputer yang secara sosial lebih menarik dari pada komunikasi langsung.*

**Kata Kunci :** *Analisis Media, Media sosial Path, Media informasi, Klub Basket Total E&P Indonesia Balikpapan*

## **PENDAHULUAN**

### ***Latar Belakang***

Perkembangan teknologi internet dan perubahan budaya menjadikan media sosial menjadi suatu kebutuhan masyarakat, terutama masyarakat modern masa kini. Terbukti hanya dalam beberapa tahun Facebook telah menjadi media sosial paling populer di dunia dan Twitter telah menjadi media sosial fenomenal dengan

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mulawarman.  
Email : yossieaer@gmail.com

sistem mini blogging-nya. Namun harus diketahui bahwa fungsi sebenarnya dari media sosial adalah untuk berbagi dengan sekelompok teman terpercaya dan keluarga, hal-hal yang ingin di bagikan akan jauh lebih pribadi dan lebih intim, orang akan membuka lebih banyak tentang diri mereka ketika dikelilingi oleh orang-orang yang lebih bisa dipercaya dari pada orang lain. Keterbatasan itulah yang mendasari lahirnya Path.

Booming situs jejaring sosial sebagai media informasi saat ini mengindikasikan bahwa media sosial memiliki potensi yang besar untuk menjaring pertemanan. Sekaligus menandakan bahwa masyarakat dunia benar-benar telah bertransformasi menjadi masyarakat dimana kebutuhan akan informasi, akses cepat dan komunitas menjadi faktor penting dari kehidupan mereka, terbukti dengan banyaknya orang tergabung di dalam situs pertemanan seperti friendster, instagram dan yang sedang menjadi tren saat ini adalah Path.

Path merupakan situs media sosial baru yang dapat digunakan untuk saling bertukar foto atau komentar dengan teman atau kerabat dekat saja, tanpa adanya orang yang tidak dikenal. Sejak diluncurkannya November 2010, oleh Dave Morin yang sebelumnya bekerja di Facebook dan Apple, serta pengembang perangkat lunak Dustin Mierau dan Shawn Fanning, Path mendapat tempat di hati penggunanya. Path mempunyai *tagline* "The smart journal that helps you share life with the ones you love" yaitu tentang hubungan yang bisa dipercaya sepanjang kehidupan seseorang, dalam satu waktu, seseorang hanya bisa memiliki 150 true relationship, dimana hubungan dengan orang-orang diluar itu bukan relationship yang termasuk dekat. Path didesain berdasarkan sebuah teori ilmu sosial yang dikembangkan oleh seorang profesor Robin Dunbar di *Oxford University*. Berbeda dengan Facebook dan Twitter yang memungkinkan penggunanya berinteraksi dengan jutaan orang.

Ketertarikan penulis meneliti tentang media komunikasi ini karena larisnya Path dikalangan penggunanya di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Data terbaru Path menunjukkan, dari total 20 juta pengguna di seluruh dunia, 4 juta-nya berada di Indonesia. Lebih dari separuh aktivitas Path, seperti berbagi foto atau berkirim pesan teks, juga datang dari negara ini. "Data itu membuat Indonesia sebagai negara pengguna Path teraktif nomor 1 sehari-sehari di seluruh dunia," ungkap Morin. Indonesia terkenal sebagai negara yang penduduknya gemar melakukan aktivitas di jejaring sosial internet. Bukan hanya di Facebook dan Twitter, pengguna ponsel pintar Indonesia terbilang dominan di jejaring sosial personal Path.

Fakta-fakta diatas membuktikan bahwa kini PATH menjadi media sosial dan komunikasi terlaris untuk kalangan pengguna gadget dan media sosial, sebelumnya Facebook dan Twitter yang menjadi unggulan, kini PATH mampu menyaingi kepopuleran dua media sosial raksasa sebelumnya. Fenomena ini pun berdampak ke pengguna PATH khususnya anggota Klub Basketball Total E&P Indonesia Balikpapan, mereka yang rata-rata kalangan menengah ke atas dan pergaulan yang luas tentunya dengan mudah memiliki gadget pendukung dan

menggunakan media komunikasi sosial seperti PATH, bahkan untuk menjadi informasi grup internal sesama anggota Klub Basketball Total.

### ***Perumusan Masalah***

Berdasarkan latar belakang diatas yang telah dipaparkan, maka melahirkan permasalahan sebagai berikut " Mengapa Media Sosial Path yang di Pilih oleh Anggota Club Basket Total Balikpapan Dalam Berbagi Informasi?"

### ***Tujuan Penelitian***

Secara spesifik penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui secara mendalam mengapa anggota basket Total selama menggunakan media sosial Path dalam berbagi informasi.

### **Manfaat Penelitian**

#### 1. Manfaat Akademis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan keilmuan khususnya ilmu komunikasi dalam kajian penggunaan media sosial sebagai salah satu teknologi komunikasi.

#### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti dalam penggunaan media sosial sebagai salah satu teknologi komunikasi. Penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi literatur serta acuan bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian terkait penggunaan media sosial.

## **TEORI DAN KONSEP**

Menurut Hovland yang disadur oleh Mulyana (2001:62) komunikasi diartikan sebagai suatu proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk merubah prilaku orang lain (komunikan).

Pengertian komunikasi menurut Effendy (2002:10) berasal dari bahasa Inggris "Communication" yang berasal pula dari bahasa latin "Communicatio" yang berarti sama, di sini arti sama adalah sama makn. Mulyana (2001:42) menyatakan menurut Bernard Berelson dan Gary A. Steiner, "Komunikasi sebagai transmisi, gagasan, emosi,keterampilan, dan sebgainya, dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, figur, grafik, dan sebagainya. Tindakan atau proses itulah yang biasanya disebut komunikasi.

Dari beberapa pengertian komunikasi tersebut penulis menyimpulkan komunikasi sebagai proses transaksi informasi dari komunikator kepada komunikan untuk memperoleh keinginan tertentu.

### ***Fungsi Komunikasi***

Menurut Effendy (2003 : 55) terdapat empat fungsi komunikasi, yaitu:

#### 1. Menyampaikan informasi (*to inform*)

Dengan komunikasi, komunikator dapat menyampaikan informasi kepada komunikan. Serta terjadi pertukaran informasi antara komunikator dan komunikan.

2. Mendidik (*to educate*)

Komunikasi sebagai sarana untuk mendidik, dalam arti bagaimana komunikasi secara formal maupun informal bekerja untuk memberikan atau bertukar pengetahuan. Dan kebutuhan akan pengetahuan dapat terpenuhi. Fungsi mendidik ini dapat juga ditunjukkan dalam bentuk berita dengan gambar maupun artikel.

3. Menghibur (*to entertainment*)

Komunikasi menciptakan interaksi antara komunikator dan komunikan. Interaksi tersebut menimbulkan reaksi interaktif yang dapat menghibur baik terjadi pada komunikator maupun komunikan.

4. Mempengaruhi (*to influence*)

Komunikasi sebagai sarana untuk mempengaruhi, terdapat upaya untuk mempengaruhi komunikan melalui isi pesan yang dikirim oleh komunikator. Upaya tersebut dapat berupa pesan persuasif (mengajak) yang dapat mempengaruhi komunikan. Komunikator dapat membawa pengaruh positif atau negatif, dan komunikan dapat menerima ataupun menolak pesan tersebut tanpa ada paksaan.

### ***Tujuan Komunikasi***

Setiap individu dalam berkomunikasi pasti mengharapkan dari tujuan komunikasi itu sendiri, secara umum tujuan komunikasi adalah mengharapkan adanya unpan yang diberikan oleh lawan bicara serta semua pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh lawan bicara kita dan adanya efek yang terjadi setelah melakukan komunikasi tersebut.

### ***Komunikasi Massa***

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner (Rahmat, 2003:188) dalam buku Elvinaro, Lukiati dan Siti yang berjudul Komunikasi Massa Suatu pengantar, yakni :

Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*)". (Elvinaro, Lukiati & Siti, 2007:3) "

Dari defnisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akbar di lapangan luas yang dihadiri oleh ribuan, bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah radio siaran dan televisi, keduanya dikenal sebagai media elektronik, surat kabar dan majalah keduanya disebut sebagai media cetak.

Definisi komunikasi massa yang lebih rinci dikemukakan oleh ahli komunikasi lain yaitu Gerbner, yang dikutip dari bukunya (Rakhmat, 2003:188), komunikasi menurut Gerbner (1967) yaitu : "*Mass communication is the technologically and institutioanally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of message industrial societis.* (Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri). (Elvinaro, Lukiati & Siti, 2007:3)

Menurut ahli komunikasi lainnya, definisi komunikasi massa menurut Meletzke yang dikutip dari bukunya (Rakhmat, 2003:188), yaitu : “Komunikasi massa memperlihatkan sifat dan ciri komunikasi massa yang satu arah dan tidak langsung ebagai akibat dari penggunaan media massa, juga sifat pesannya yang terbuka untuk semua orang”

### ***Karakteristik Komunikasi Massa***

Kita sudah mengetahui bahwa definisi-definisi komunikasi massa itu secara prinsip mengandung suatu makna yang sama, bahkan antara satu definisi lainnya dapat dianggap saling melengkapi. Melalui definisi itu pula kita dapat mengetahui karakteristik komunikasi massa. Komunikasi massa berbeda dengan komunikasi antarpersona dan komunikasi kelompok, perbedaanya terdapat dalam komponen-komponen yang terlibat di dalamnya dan proses berlangsungnya komunikasi tersebut. Berikut ini karakteristik-karakteristik komunikasi massa yaitu :

1. Komunikator terlembagakan

Ciri komunikasi yang pertama adalah komunikatornya, kita sudah memahami bahwa komunikasi massa itu menggunakan media massa baik itu media cetak maupun elektronik.

2. Pesan bersifat umum

Komunikasi massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok oran tertentu, oleh karenanya pesan komunikasi massa bersifat umum.

3. Media massa menimbulkan keserempakan

Kelebihan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya, adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapai nya relatif banyak dan tidak terbatas.

4. Komunikasi massa bersifat satu arah

Secara singkat, komunikasi massa itu adalah komunikasi dengan menggunakan atau melalui media massa. Karena melalui media massa maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung.

5. Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan

Salah satu prinsip komunikasi menurut (Mulyana, 2000:99) adalah bahwa komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan yaitu dimensi isi menunjukkan muatan atau isi komunikasi yaitu apa yang dikatakan, sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakannya, yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu.

(Elvinaro,Lukiati & siti,2007:9)

### **Media Sosial**

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Jejaring sosial merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Saat teknologi internet dan *mobile phone* makin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat.

### **Manfaat Media Sosial**

*Personal branding is not public figure's, its for everyone* (Puntoadi,2011:6). Disini media sosial dapat bermanfaat untuk menentukan personal branding yang diinginkan, mencari lingkungan yang tepat, mempelajari cara berkomunikasi. Media sosial memberikan kesempatan untuk berinteraksi lebih dekat dengan teman atau relasi, dapat menjadi media untuk membentuk komunitas online. Sosial media memberikan peluang masuk komunitas yang telah ada sebelumnya dan memberikan kesempatan mendapatkan feedback secara langsung. (Puntoadi,2011 :21-31).

### **Kekuatan Media Sosial**

Media sosial memiliki kelebihan untuk *bookmarking* , *content* dan *sharing*, dan *creating opinion*. Untuk jenis sosial media seperti Path dapat menciptakan serta menggerakkan komunitas, mengedalikan traffic website. Bisa digunakan untuk menguji reaksi pasar.

Media sosial memfasilitasi jaringan sosial atau hubungan sosial antara orang-orang yang memiliki ketertarikan serta aktivitas dunia nyata yang sama. Keberadaan media sosial ini memudahkan kita untuk berinteraksi serta mendapat informasi dengan mudah dengan orang-orang dari seluruh belahan dunia. Selain itu, penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat. Seperti pada media sosial path, dengan biaya yang lebih murah dapat berinteraksi online di bandingkan menggunakan telepon.

### **Media Sosial Path**

Path adalah situs jejaring sosial baru yang dapat digunakan untuk saling bertukar foto atau komentar dengan teman atau kerabat dekat saja. Menurut En.Wikipedia.org, startup ini diluncurkan pada bulan November 2010 lalu. Uniknya, situs jejaring sosial ini hanya memperbolehkan penggunanya memiliki teman atau kerabat sebanyak 150 orang saja. Dave Morin, Co-founder sekaligus CEO Path, mengatakan, Path dibuat untuk menjaga keamanan serta privasi penggunanya. Mereka akan terbebas dari campur tangan atau komentar orang lain yang tidak begitu akrab dengannya". Morin juga mengatakan bahwa tidak hanya berbagi foto atau komentar saja yang dapat dilakukan pengguna Path, penggunanya dapat juga saling berkirim-kiriman musik atau video secara aman.

### ***Teori Uses & Gratifications***

Teori *uses & gratifications* dikemukakan oleh Herzog pada tahun 1994. Teori ini mengajukan gagasan bahwa perbedaan individu menyebabkan audiens mencari menggunakan dan memberikan tanggapan terhadap isi media secara berbeda-beda, yang disebabkan oleh faktor sosial dan psikologis yang berbeda diantara individu dan audien. Teori ini memfokuskan perhatian pada perilaku audien terhadap media, singkatnya "*what do people do with the media?*", Klapper & Rubbin dalam (Morissan, 2010:77). Teori ini menilai bahwa audien dalam menggunakan media berorientasi pada tujuan, bersifat aktif sekaligus deskriminatif. Teori *uses & gratifications* ini juga menjelaskan mengenai kapan dan bagaimana audien sebagai konsumen media menjadi lebih aktif atau kurang aktif dalam menggunakan media dan akibat atau konsekuensi dari penggunaan media itu.

### ***Definisi Konseptional***

Definisi konseptional adalah pembatas pengertian tentang suatu konsep atau pengertian ini merupakan suatu unsur pokok dari suatu penelitian.

Sehubungan dengan itu penelitian ini akan menjelaskan mengapa anggota club basket Total lebih menggunakan media sosial path sebagai sarana media informasi.

1. Media sosial path sebagai media informasi yang di pilih. Para informan lebih suka berinteraksi di path, dari pada mengobrol langsung, dapat dikatakan bahwa para pengguna media sosial path melakukan komunikasi hiperpersonal yaitu komunikasi dengan perantara komputer (*smartphone*) yang secara sosial lebih menarik dan cepat.
2. Media Jejaring Sosial  
Jejaring sosial adalah struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individual atau organisasi. Jejaring ini menunjukkan jalan dimana mereka berhubungan karena kesamaan sosialitas, mulai dari mereka yang dikenal sehari-hari sampai dengan keluarga.
3. Pertemanan  
Persahabatan atau pertemanan adalah istilah yang menggambarkan perilaku kerja sama dan saling mendukung antara dua atau lebih entitas sosial. Penelitian ini memusatkan perhatian pada pemahaman yang khas dalam hubungan antar pribadi. Dalam pengertian ini, istilah "persahabatan" menggambarkan suatu hubungan yang melibatkan pengetahuan, penghargaan dan afeksi.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif, artinya data yang digunakan merupakan data kualitatif deskriptif. Menurut Suharsimi Arikunto, penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan keadaan atau status kejadian. Dalam hal ini, peneliti hanya ingin memaparkan situasi atau peristiwa,

tidak mencari hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi tentang penggunaan facebook.

Apabila data yang diperlukan telah terkumpul, lalu diklarifikasikan dalam data yang bersifat kualitatif, yaitu yang digambarkan dengan kata-kata atau kalimat dipisah-pisahkan menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka jenis atau tipe kualitatif merupakan tipe yang tepat dan sesuai dengan penelitian ini sebagai suatu studi awal, oleh karena itu penulis memilih jenis penelitian ini.

### ***Subyek Penelitian***

Subyek penelitian ini adalah akun anggota basket Total Balikpapan yang aktif sebagai pengguna media sosial Path. Informan dalam penelitian ini harus memenuhi persyaratan sebagai berikut :

1. Informan merupakan anggota basket Total Balikpapan.
2. Informan mempunyai akun Path pribadi.
3. Frekuensi penggunaan/posting pesan di Path minimal 5 *moments* per hari. Jumlah tersebut sudah bisa dikatakan pengguna yang eksis (*addict*).

### ***Obyek Penelitian***

Obyek dalam penelitian ini adalah pesan-pesan yang dikirim di *timeline* path oleh subyek penelitian.

### ***Sumber Data***

- a. Data Primer
- b. Data Primer diperoleh dari wawancara langsung dengan subyek penelitian. Dimana ketua klub sebagai key informan dan informan yang terdiri dari 11 orang putra dan putri klub basket TOTAL E&P Indonesia Balikpapan
- c. Data Sekunder  
Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari sumber tidak langsung yang biasanya data dokumentasi, arsip-arsip, serta buku-buku ilmiah. Dalam penelitian ini penulis menggunakan buku-buku ilmiah, dokumen skripsi terdahulu, dan sumber-sumber lainnya seperti *website* resmi *PATH* dari *internet* guna mendukung penelitian ini.

### ***Teknik Sampling***

Dalam pengambilan data ini menggunakan metode Purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sample didasarkan atas tujuan tertentu. (orang yang dipilih betul-betul memiliki kriteria sebagai sampel).

### ***Teknik Pengumpulan Data***

- a. Observasi
- b. Wawancara
- c. Studi Pustaka



### ***Teknik Analisis Data***

Oleh karena data yang terkumpul sifatnya kualitatif, maka peneliti menggunakan teknik analisa data kualitatif. Teknik analisa data kualitatif dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang sifatnya menyeluruh tentang apa saja yang tercakup dalam permasalahan yang ditemukan dilapangan pada waktu pengambilan data. Menurut Miles dan Huberman, analisa data terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu :

- a. Reduksi Data
- b. Penyajian Data
- c. Penarikan Kesimpulan

Kegiatan analisis ketiga yang terpenting adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Dari permulaan pengumpulan data, seorang penganalisis data kualitatif mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab-akibat dan proposisi.

Data yang sudah dikumpulkan oleh peneliti melalui wawancara selanjutnya untuk memudahkan pembahasan penelitian, peneliti membuat penyajian data sesuai dengan data yang dikumpulkan dan telah dikelompokkan sesuai permasalahan. Setelah data dianalisis, peneliti membuat kesimpulan dari analisis data.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### ***Total Basketball Club***

Klub basket total adalah klub bola basket profesional yang bermain pada liga bola basket antar perusahaan minyak dan gas Indonesia yang berasal dari Balikpapan. Lapangan tempat latihan beralamatkan di Jl. Kom L Yos Sudarso 1 Karang Jati Balikpapan Tengah. 4 Juni 2009 - TOTAL 3 On 3 Basket Interdivision telah berhasil diselenggarakan pada hari Jumat 19 Juni 2009 di Stadion Sumantri Brodjo Negoro. Acara ini diikuti oleh 15 tim dari semua divisi. Pada terbaru Sabtu dan Minggu (23th dan 24 Oktober 2010), minggu pertama kompetisi bola basket internal yang diadakan pada kami Jumlah Basketball Arena - pusat komunitas. Ada 6 tim yang dimainkan pada 3 pertandingan yang melibatkan 30 pemain terdiri dari Balikpapan dan karyawan situs dan juga diikuti oleh Total junior dan tim senior.

Tim basket Total memenangkan tempat ke-3 pada basket turnamen yang diselenggarakan pada November 16-21, 2010 at Mulawarman Basketball Court, Balikpapan. Acara ini dilakukan oleh pemerintah kota Balikpapan bekerjasama dengan Perbasi (Persatuan Bola Basket Seluruh Indonesia/Basketball Association Indonesia

### ***Analisis Data dan Hasil Penelitian***

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan atau mendeskriptifkan secara objektif keadaan dan kondisi yang bisa ditangkap dan diamati dari suatu objek penelitian. Dalam penelitian ini,

kondisi objek yang dimaksud adalah bagaimana pendapat anggota basket terhadap penggunaan path sebagai media informasi jejaring sosial dalam pertemanan.

Penelitian dilakukan dalam lingkungan tempat latihan club basket Total Balikpapan, yang menjadi informan atau responden dalam penelitian ini adalah anggota basket Total putra dan putri seperti tabel yang telah diuraikan dihalaman sebelumnya.

Dalam penelitian ini, peneliti hanya mengambil sampel dari 10 informan/responden yang bisa dikatakan aktif sebagai pengguna path. Dari ke 10 informan yang telah diwawancarai, peneliti telah banyak mendapatkan informasi dari informan, mulai dari pandangan umum media sosial path, pemanfaatan media sosial, hingga media sosial bisa menjadi media informasi dan hiburan untuk memperkuat proses komunikasi. Setiap individu informan mempunyai cerita masing-masing dalam keseharian mereka menggunakan path sebagai media informasi.

## **PEMBAHASAN**

Hasil dari penelitian diatas menunjukkan bahwa perilaku komunikasi yang ditimbulkan dalam penggunaan media sosial Path ini beragam, hal ini dapat dilihat dengan kehadiran Path, dapat memberikan mafaat dan membantu informan dalam mendapatkan informasi mengenai jejaring sosial dalam pertemanan serta transparansi kehidupan mereka ditengah-tengah para pengguna media sosial Path lainnya.

Perubahan perilaku komunikasi yang diakibatkan oleh perkembangan teknologi sangat besar sekali efeknya kepada manusia, karena pesatnya perkembangan teknologi saat ini juga turut memberikan berbagai opsi kepada masyarakat untuk menikmati berbagai fasilitas layanan internet seperti internet *mobile phone* dengan cara beragam. Hal ini pula lah yang mendorong perkembangan sebuah media sosial dari tahun ke tahun semakin terasa efeknya. Perkembangan teknologi internet dan perubahan budaya menjadikan media sosial menjadi suatu kebutuhan pokok masyarakat untuk berkomunikasi, terutama masyarakat modern masa kini. Dengan kata lain, kemajuan teknologi memudahkan kita untuk berkomunikasi lebih efektif dan efisiensi dalam rangka mengikuti arus globalisasi, salah satu contohnya perkembangan media baru, yang terus menghasilkan inovasi-inovasi. Inilah yang melatarbelakangi lahirnya berbagai aplikasi media sosial yang banyak ditemui saat ini. Terbukti hanya dalam beberapa tahun Twitter dan Facebook telah menjadi media sosial paling populer. Dan kini datang dari media sosial baru yang sedang tren dan populer di masyarakat yaitu media sosial Path.

## **PENUTUP**

### ***Kesimpulan***

Berdasarkan hasil analisa dari bab sebelumnya, maka peneliti menarik simpulan sebagai berikut :

1. Untuk memperlihatkan strata sosial, eksis di tengah-tengah masyarakat dan

tidak mau di anggap ketinggalan jaman karena media sosial Path itu exclusive berbeda dengan media sosial lainnya, fiturnya lebih lengkap dan menarik karena pertemanannya dibatasi 500 orang, dan hanya dapat di akses di gadget dan ponsel smartphone iphone. Media sosial Path itu exclusive, berbeda dari media sosial lainnya dan media sosial lain itu sudah terlalu umum.

2. Interaksi perilaku komunikasi anggota basket Total Balikpapan selama berinteraksi menggunakan Path sangat beragam mulai dari berbagi moment-moment di media sosial Path, mengomentari dan berbincang-bincang dengan sesama pengguna Path. Karena banyaknya hal menarik, yang mereka temui di Path, membuat Path berubah fungsi menjadi ajang bersosialisasi, ini dapat dilihat pada setiap moment-moment anggota basket Total yang di share di Path kebanyakan mereka lebih suka menshare sisi hedonisme (kesenangan duniawi) dan entertainment saja dari ke empat fungsi komunikasi yang ada, apa yang di share menunjukkan brand images, kehidupan high class penggunaanya, sebab mau makan, berada ditempat mana, mau tidur dan bangun tidur, serta seluruh kehidupan mereka di share di Path semua. Pengguna Path pun dapat dikatakan kecanduan karena dimanapun dan kapanpun mereka berada selalu membuka Path dengan intensitas waktu yang tinggi karena fasilitas dari Path yang menarik.
3. informasi yang diberikan media sosial Path pun sangat simple dan praktis, yang mungkin tidak akan ditemukan di media sosial lainnya. Anggota basket Total pengguna media sosial Path dapat berbagi dan mendapatkan informasi yang berguna dan bermanfaat dari pengguna lainnya, seperti buku, film, musik, tempat, foto-foto terbaru tanpa harus membuka google ataupun yang lain karena sudah praktis, mereka dapat mengetahuinya dan membagikan ulang ke pengguna lain dengan bahasa repath yaitu pengulangan membagi momen kembali.
4. Perilaku komunikasi anggota basket Total yang ditimbulkan dari menggunakan media sosial Path yaitu adanya motif yang beragam dalam menggunakan Path, karena path berbeda dengan media sosial lainnya mereka dapat eksis, mencari informasi, tidak ketinggalan jaman dengan memakai Path. Adanya penunjukan strata sosial yang tinggi karena Path hanya dapat di akses di Gadget dan ponsel smartphone iphone dan android.

### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas yang menyatakan bahwa anggota basket Total menggunakan twitter untuk sesuatu yang positif. Berdasarkan keinginan untuk eksistensi diri, mereka justru malah memanfaatkan Path sebagai media yang informatif, fleksibel dan menghibur. Berikut beberapa saran untuk penggunaan lebih efektif :

1. Sebaiknya para anggota-anggota basket Total membuat hal-hal yang dan bermanfaat yang bisa ditunjang melalui media sosial Path ini, karena dengan adanya media sosial seperti Path , para anggota - anggota basket Total sudah

- banyak terbantu kegiatan arus informasinya, semuanya serba cepat, praktis dan mudah dijangkau. Tidak seperti zaman dahulu yang serba menggunakan buku, kertas dan perangkat yang belum tersentuh teknologi lainnya.
2. Setiap individu para anggota basket sebaiknya menjadi agen perkembangan arus informasi, misalnya mengsosialisasikan dampak-dampak positif penggunaan media informasi baru kepada masyarakat yang masih kurang paham dan tidak tahu perkembangan terbaru dunia teknologi dan informasi.
  3. Perlunya penelitian lebih lanjut tentang analisis media sosial Path dalam meningkatkan kualitas keilmuan.

### **Daftar Pustaka**

- Effendy, Onong Uchjana. 2000. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Rosdakarya. Bandung.
- Bungin, Burhan. 2006. Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma Dan Diskursus Teknologi Komunikasi Di Masyarakat. Kencana. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2001. Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Andi Offset. Yogyakarta.
- McLuhan, Marshall. 1999. Understanding Media - The Extensions of Man.
- Mulyana, Deddy. 2009. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Puntoadi. 2011. Jenis Media Sosial. Jakarta.
- Purnama, Hadi. 2011. Media Sosial di Era Pemasaran 3.0. Corporate and Marketing Communication. Jakarta.
- Kriyatono, Rakhmat. 2001. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Kencana. Jakarta.
- Ardianto, E.L. 2004. Komunikasi Massa: Suatu Pengantar. Simbiosis Rekatama Media. Bandung.
- Pawito. 2007. Penelitian Komunikasi Kualitatif. LKIS. Jakarta.

### **Sumber Internet :**

- <http://www.duniacyber.com/internetbasic> <http://incuvl.petra.ac.id/learn/learn-htm>.  
[www.asburyseminary.edu](http://www.asburyseminary.edu)  
[www.tekno/kompas.com](http://www.tekno/kompas.com)